

**III Міжнародна студентська науково - технічна конференція
"ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"**

виводиться за кордон або проїдається, а не заощаджується. Слід зауважити, що Південна Корея, одна з найуспішніших країн у подоланні бідності, на початку свого економічного ривка забороняла іноземні інвестиції. На той час фінансовим механізмом при залученні іноземного капіталу у корейців були довгострокові кредити, а іноземним інвесторам корейці дозволили увійти в країну тоді, коли її економіка зміцніла.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що заощадження є результатом поведінки підприємств і населення. Для успішного розвитку України необхідно розробити дієвий алгоритм економічних процесів у напрямку збільшення рівня заощаджень і їх спрямовування в сектор економіки.

УДК 65-05

Грицишин В. – ст. гр. БМ-11

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ІННОВАЦІЇ У РОЗВИТКУ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Науковий керівник: к.е.н, доцент Мосій О.Б.

Hrytsyshyn V.

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

INNOVATIONS IN THE DEVELOPMENT OF SERVICE SECTOR

Supervisor: Ph.D., Assoc. Prof. Mosiy O.B.

Ключові слова: офіс-менеджер, SMM-менеджер.

Keywords: office-manager, SMM-manager.

Сьогодні в українському бізнесі, та й взагалі в сфері обслуговування постає проблема ефективного управління та управлінців. Адже сфера бізнесу потребує хорошого керівника, який буде розумно керувати та розвивати компанію чи будь-яку іншу організацію. Виникає необхідність розробити стратегію менеджменту і запровадити нововведення в процес управління.

Розвиток інформаційного суспільства вимагає інтелектуального та креативного потенціалу управлінців. Для цього будь-якому менеджеру чи управлінцю потрібно самовдосконалюватися, бути вимогливим як до інших, так і до себе самого, вміти знаходити шляхи виходу з будь-якої небажаної ситуації або робити так, щоб не допустити цієї ситуації взагалі. Оскільки триває зміна соціально-економічної системи, тому велике значення має огляд змін, які відбуваються в сфері управління. Для нових умов господарювання потрібні нові підходи до управління, а також інновації. Тому з'являються відносно нові професії в сфері менеджменту, такі як офіс-менеджер чи SMM-менеджер.

Професія офіс-менеджера – це професія, що включає в себе розробку, впровадження, оцінку та підтримку процесу роботи в офісі чи іншій організації з метою підтримки та підвищення ефективності та продуктивності. І хоча ця професія відносно нова, проте є досить затребуваною. Обов'язки офіс-менеджера можуть відрізнятися в залежності від розміру компанії та вимог керівництва. Проте, в основному офіс-менеджер поєднує роботу секретаря й трохи роботу менеджера з персоналу. Під керівництвом офіс-менеджера зосереджені всі процеси, які пов'язані з функціонуванням організації. На даний момент ця особа організовує роботу з

персоналом офісу, відповідає на дзвінки, організовує наради, спілкується з кур'єрами, зустрічає гостей, розподіляє документацію по відділах, забезпечує співробітників необхідними побутовими дрібницями та контролює стан офісного обладнання та засобів комунікації. Робота офіс-менеджера – це, насамперед, можливість навчитися вирішувати складні, часом конфліктні ситуації, спілкуватися з різними людьми, виконувати все вчасно, а головне – швидко. Також ця робота вимагає високої залученості, іноді потрібно залишатися після роботи або приходити раніше початку робочого дня. Це дуже відповідальна робота, адже за кожним прийнятим рішенням стоять наслідки. Іноколи вони можуть бути негативні, і усі зусилля буде перекреслено невдачею. За кордоном немає такої компанії чи підприємства, де не було б офіс-менеджера. Таким чином ця професія є дуже важливою на даний момент.

Професія SMM-менеджера є не менш важливою, ніж професія офіс-менеджера. Адже SMM-менеджер – це фахівець, який займається просуванням компанії, бренду або продукту в соціальних мережах, у яких концентрується відповідна зацікавлена цільова аудиторія. Він розробляє та аргументує стратегії просування і домовляється про інформаційні партнерства. Також в коло його обов'язків входить створення груп, спільнот і регулярне їх наповнення контентом. Він працює над ростом учасників та їх активності у спільнотах та групах, що просуваються. SMM-менеджер працює з графічними редакторами для створення якісних графічних елементів, інтегрує веб-ресурс компанії (сайт, Інтернет-магазин) з акаунтами в соціальних мережах, працює із засобами масової інформації, проводить конкурси та акції, грамотно відповідає на критику і працює з контекстною рекламою. Крім того, він володіє інформацією про можливості і специфіку кожної соціальної мережі (просування в Facebook, Instagram, YouTube і т.д.). SMM-менеджер повинен бути в курсі всіх останніх SMM-новин, знати все про трендові SMM-продукти, добре орієнтуватися в інноваційних SMM-інструментах. Аналізувати статистику і робити правильні висновки та складати регулярні звіти також входить в обов'язки цієї особи. SMM-менеджер аналізує дії конкурентів в мережі та придумує ідеї для реклами, шукає креативні ходи. Завдяки такій професії, компанія чи підприємство швидше просуває свою продукцію і бачить запити споживачів. Таким чином і ця професія є важливою на даний момент.

Виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що для ефективності роботи компанії потрібні нововведення у сфері управління та бізнесу, адже час не стоїть на місці і технології йдуть вперед. Управлінці чи менеджери повинні впроваджувати сучасні методи управління.